

## ¿Nos hace estúpidos Internet?

Miquel Barceló

Hace un par de años, Nicholas Carr sorprendía con un artículo inesperado: *"Is Google Making Us Stupid?"* (¿Nos hace estúpidos Google?). Apareció en julio de 2008 en la revista *The Atlantic Monthly*. La tesis principal venía a decir que la manera cómo encontramos información en la red viene a configurar nuestra propia manera de pensar. Y no precisamente en positivo según la opinión del autor...

En palabras del mismo Carr: *"Como el teórico de las comunicaciones Marshall McLuhan ya señaló en la década de 1960, los medios de comunicación no son sólo canales pasivos de información. Proporcionan la materia del pensamiento, pero también dan forma a ese proceso de pensamiento. Y lo que la Red parece estar logrando es hacer astillas mi capacidad de concentración y contemplación. Mi mente espera ahora tener la información en la forma en que la Red la distribuye: como una rápida corriente de partículas en movimiento. Tiempos atrás, yo era un submarinista que navegaba en el seno del mar de las palabras. Ahora me deslizo a lo largo de la superficie como en una moto acuática"*.

En ese artículo, Carr se mostraba al mismo tiempo como un devoto de la Red y cantaba también alabanzas a lo que ésta nos proporciona, pero alertaba de esa posible tendencia a la banalización y a la superficialidad que iría en contra de la capacidad de concentración y del análisis profundo.

La idea de que el exceso de la información y la facilidad del acceso a ella puede ser contraria a la verdadera comprensión ya es vieja, pero el planteamiento de Carr, acogándose al principio de autoridad citando a Marshall McLuhan, recoge una nueva variante tal vez más insidiosa y preocupante.

Nicholas Carr se dio a conocer con un libro bastante provocativo (como, en realidad, suelen ser la mayoría de sus escritos). Se trata de *"Does IT Matter? Information Technology and the Corrosion of Competitive Advantage"* (2004 - Las tecnologías de la información: ¿son realmente una ventaja competitiva?, editado en España por Ediciones Urano [Empresa Activa], 2005). Claramente dirigido a los ejecutivos de empresa, el libro arrancaba de un anterior artículo en la *Harvard Business Review* (*IT Doesn't Matter*, mayo 2003) y se convirtió en un texto de gran influencia en algunas escuelas de negocio estadounidenses para tratar del tema de las tecnologías de la información.

Posteriormente, a mediados de 2008, aparecieron el artículo *"Is Google Making Us Stupid?"* de *The Atlantic Monthly* ya citado y un nuevo libro: *The Big Switch: Rewiring the World, from Edison to Google* (2008 - El gran interruptor: el mundo en red, de Edison a Google, editado en España por Ediciones Deusto, 2009) que, en el año 2009, *Newsweek* puso como cuarto en la lista de los "50 libros para leer ahora".

Su último libro es: *The Shallows: What Internet is Doing to Our Brains* (2010 - Los bajíos: Lo que Internet le está haciendo a nuestros cerebros). Y conviene recordar que un "bajío" no es más que, en los mares y ríos navegables, esa elevación del fondo que impide que floten las embarcaciones y sigan navegando. La tesis, evidentemente, arranca del artículo de *The Atlantic Monthly*, un texto "primigenio" que puede encontrarse en:

<http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/6868/>

Evidentemente, las arriesgadas y provocativas ideas de Carr han tenido, como siempre ocurre, detractores y seguidores. Aunque Carr usaba en su artículo otros ejemplos

además del suyo propio: Bruce Friedman, escritor de un conocido blog sobre la informática en la medicina, que decía poco antes del artículo de Carr: *"Ahora casi he perdido la habilidad de leer y absorber un largo artículo ya sea en la web o impreso"*. Y reconocía, en conversación telefónica con Carr, *"Ya no puedo leer Guerra y Paz. He perdido la habilidad para hacerlo. Incluso una comunicación en un blog que tenga más de tres o cuatro párrafos es demasiado para absorberlo. Lo leo por encima"*. A mí me parece exagerado pero tal vez sugiera el principio de una tendencia.

Seguro que no es tan fiero el león como lo pintan, pero reflexionar un poco sobre ese punto de vista no parece tan malo. Incluso podría ser saludable...